

VENEZUELAN FOLK FASHION PAPARAZZI: Tensiones fotográficas y de género entre cultura popular e industria de la moda

Rodrigo Navarrete.¹
rodrigonavarrete19@gmail.co

César Escalona.²
cesardescalonad@gmail.com

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

«No tomas una fotografía, la haces»

ANSEL ADAMS

Fecha de recepción: 20 de junio de 2012

Fecha de aceptación: 14 de julio de 2012

RESUMEN

En la actualidad mundial y nacional, como nunca antes en la historia de Occidente moderno, la cultura de la moda (fashion) ha invadido masivamente los espacios de la vida cotidiana, especialmente a través de su difusión por medios de comunicación globales como la televisión. En este artículo exploraremos, mediante el uso de la antropología semiótica un conjunto de datos fotográficos de diversas fuentes (personales, institucionales, periódicos, electrónicos, etc.), las tensiones presentes o posibles entre ambos campos que, aunque vistos frecuentemente como antagónicos, están incrementando un complejo proceso de tensión relacional, ya sea desde sus agentes principales (fotógrafo, fotografiado o modelo y público receptor) y sus diversos factores intervinientes en el proceso fotográfico (intención, técnica, performatividad, cultura material, ideología, recepción individual y colectiva).

Palabras clave: fotografía, moda, cultura popular, género, Venezuela.

ABSTRACT

At present national and world like never before in modern Western history, culture fashion (fashion) has massively invaded the spaces of everyday life, especially through its dissemination by global media like television. In this article we will explore, through the use of semiotic anthropology a set of photographic data from various sources (personal, institutional, newspaper, electronic, etc.), Present or potential tensions between the two fields, but often seen as antagonistic, are increasing tension complex relational process, either from its principal stakeholders (photographer, photographed or public model and receiver) and the various factors involved in the photographic process (intention, art, performativity, material culture, ideology, individual and collective reception).

Key words: photography, fashion, popular culture, gender, Venezuela..

1 Escuela de Antropología, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES), Universidad Central de Venezuela (UCV)

2 Escuela de Antropología, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES), Universidad Central de Venezuela (UCV)

Zarazogas vestidas de misses. Misses vestidas de diablos danzantes de Yare. Cultores populares que posan como modelos. Fotógrafos que comparten su trabajo entre pasarelas de televisión y calles de pueblos. Públicos que exigen lo ancestral en desfiles y otros que leen la moda como tradición. Etnomoda y moda étnica. En la actualidad mundial y nacional, como nunca antes en la historia de occidente moderno, la cultura de la moda (fashion) ha invadido masivamente los espacios de la vida cotidiana a través de su difusión por medios de comunicación como las revistas y la televisión, especialmente las de circulación global. Son incontables los programas dedicados a concursos de belleza, modelos, drag queens, diseñadores de moda, presentaciones de pasarelas, etc. que dan continuidad a la histórica reificación de la belleza física y de indumentaria que han legitimado, centrada —aunque no exclusivamente— en el campo femenino, la normatividad y cambios en las formas de atavío apropiadas durante un lapso, así como su sustitución por otras para garantizar la continuidad productiva de esta industria en el sistema capitalista.

La hegemónica dicotomía que el mismo occidente gestó entre la cultura de popular como la tradición y la de élites como la moda, al introducir la noción de cultura de masas, permitió el surgimiento de un poroso, tenso y ambiguo espacio de interlocuciones entre ambos campos estéticos, simbólicos socioculturales (Ballerino et al. 1996, Baudrillard 2000, Lipovestky 2004, Mort 1996). Ver foto 1.

La antropología muy pocas veces se ha interrogado sobre este tema como fenómeno cultural mientras se aboca a legitimar formas de tradición como la cultura popular, en contraposición epistemológica en su formación y delimitación de campos de poderes a la cultura de élite, como las bellas artes, que concernían a otras disciplinas como la historia del arte. De hecho, la propia definición histórica del quehacer antropológico se ha basado en una dicotomía categorial entre nosotros/otros, occidente/oriente, civilizado/primitivo, que ha privilegiado el estudio de aquellas sociedades que concibe y representa como remotas u originarias en el tiempo, espacio o cultura. Sin embargo, si definimos la cultura en el más amplio sentido como una compleja red de significaciones y representaciones de una sociedad en un momento de su historia y en un lugar en el tiempo, la occidental ha producido uno de las más interactivos, difusos y permeables contextos culturales a través de la significación y resignificación, desde las estructuras de poder hegemónica burguesas dominantes, pero también desde los intersticios de



Foto 1. Astrid Carolina Herrera luce traje de Diablo de Yare en el Miss Mundo (Fuente electrónica: Las crónicas de Alix-ann)

las culturas subalternas oprimidas o periféricas en sus ámbitos locales y globales. La propia historicidad de la tensa distinción entre bellas artes y artesanía, cultura de masas y cultura popular son clara evidencia de esta ambigua visión dicotómica de un sistema clasista que requiere crear categorías para conocer simbólicamente y también para controlar sociopolíticamente las diversas y contradictorias dinámicas interactuantes y solapadas en sus discursos y prácticas.

Y, por supuesto, ninguno de estos sistemas categoriales, como construcciones culturales, están exentas de ser atravesadas por las distinciones sexuadas del género y la diversidad sexual. El supuesto implícito del reglamento de género, constituido y constituyente a partir de las ideologías androcéntricas

y heterosexistas que las sustentan, supone que existe una correspondencia natural, universal y esencial entre el sexo biológico adscrito (macho-hembra), la persona social genérica (hombre-mujer) y la personalidad genérica incorporada (masculino-femenino). Así mismo, la heterosexualidad obligatoria relega la amplia gama de otras orientaciones sexuales (homosexualidad, bisexualidad), identidades de género (transexualidad, travestismo) y la multiplicidad de prácticas sexuales no heteronormadas. Y estas se actúan y activan a través de discursos y prácticas vividas en la corporalidad y la materialidad e interpretadas simbólicamente e ideológicamente en la performatividad cotidiana (Butler 2001, Rubin 1998). Lo mismo que para la cultura popular (Bourdieu 1988).

Sin embargo, tanto el campo de la antropología como el mundo de la moda, central para comprender los procesos de adscripción y reificación de género en la sociedad actual, han utilizado la fotografía como medio gráfico -y material, si consideramos su tecnología y sus productos como artefactos- como uno de los medios predilectos para la preservación, representación y distribución de estos contextos y eventos. En este trabajo apenas comenzamos a explorar las tensiones presentes o posibles entre ambos campos que, aunque vistos frecuentemente como antagonicos, están incrementando un complejo proceso de tensión relacional, ya sea desde sus agentes principales y los diversos factores intervinientes en el proceso fotográfico. En la interacción en el mundo de la fotografía como imagen representativa que describe y representa las relaciones sociales en un contexto gráfico específico, se plantea una violencia permanente, como en cualquier campo semiótico donde sus componentes interactuantes son de por sí polisémicos y pluriposicionados dentro del proceso de producción, reproducción, distribución y consumo del producto fotográfico como artefacto cultural, entre diversos sujetos y actores sociales.

De hecho, de manera única y singular sólo la tradición de la semiología francesa en las obras de Georges Bataille (2003, 2007), Gilles Lipovetsky (1999, 2003, 2004, 2006), Roland Barthes (1986, 2003), Jean Baudrillard (1996, 1998, 2000) y Edgard Morin (1966, 2001) -¿casualmente todos hombres?- y algunas teóricas más actuales como Susan Bordo (1993, 1997, 1999), en su interpretación de la interacción entre significantes y significados en contextos discursivos o enunciativos histórica y culturalmente construidos, se han abocado desde hace décadas al estudio de la moda como sistema gramatical de signos y símbolos, que constituye y es constituido por un reglamento de género que es construido culturalmente y distribuido, legitimado e incorporado a través de medios materiales e inmateriales de formación

e información, como la fotografía comercial o artística, y que son utilizados en el capitalismo tanto para garantizar la continuidad de la desigualdad sexual como para mantener el deseo del consumo de mercancías asociados a sus significados reificados.

En el caso de la fotografía, podemos identificar al menos tres sujetos o agentes, cada uno con sus respectivos rasgos que no los hacen mutuamente excluyentes sino que interactúan transversalmente: a) el **fotógrafo/a como productor/a** de imágenes, con su intención (estética, comercial, denunciante, reivindicativa, etc.) y su técnica (encuadre, recorte, composición, iluminación, etc.) b) **el fotografiado como objeto, sujeto o modelo**, con su *performatividad* (la pose y la mirada o *gaze*) y su cultura material investida (atuendo, accesorios, objetos muebles o inmuebles asociados, etc.) y c) **el público** receptor o consumidor de la imagen, con sus ideologías colectivas socialmente impuestas o compartidas (ancestralidad, *fashionismo*, mestizaje, etc.) y su recepción o lectura individual y/o colectiva según nociones aprendidas durante su socialización y experiencias (belleza, glamour, fama, elegancia, tradición, típico).

En medio de ese triángulo está el artefacto cultural, **la fotografía**, que se mueve entre la materialidad de su existencia tangible (y supuestamente de la realidad que representa gráficamente) y su inmaterialidad entre en el sentido de que representa una iconografía a ser leída e interpretada según múltiples visiones de mundo. Como toda cultura material, la fotografía en tanto artefacto **es producto y productor** de estereotipos -formas sintéticas de representación de significados convencionalizados que excluyen la variabilidad o diversidad en pos de una homogeneidad o universalidad hegemónica-dentro de contextos espacio-temporales y paisajes culturales, pero su estilo depende de la forma esperada y resultante de la función que cumple como transmisor de información dentro de un evento cultural. En el caso de la sociedad occidental moderna actual, la ideología individualista se ha conjugado con una nueva estética transmitida por el *boom* del *fashion* global en los medios de comunicación, cada vez más masivos como los canales de cable y revistas, además de las redes sociales como *Facebook*, generando formas de distribución, consumo e intervención del producto fotográfico en contextos culturales tanto globales virtuales como en sus manifestaciones locales (Lipovestsky, 2003). Ver fotos 2 y 3.



Fotos 2 y 3. Veruzhka Ramírez, miss y modelo
(Foto: Iván Isaac, fuente electrónica: La Patilla) y diablo danzante de Naiguatá
(Foto: César Escalona, junio 2012)

La tecnología de representar y representarse por medios visuales como cuerpo y alma, históricamente asociada desde el siglo XVII al campo de la mujer como exhibición del cuerpo femenino producida por hombres, distribuida por instituciones androcéntricas, para el consumo de los hombres. No olvidemos que la gran mayoría de los cuerpos desnudos reproducidos por las artes académicas o bellas artes, desde el Renacimiento hasta el Impresionismo, reproducían sumisas y sensuales mujeres hechas, distribuidas, exhibidas, valoradas y consumidas sólo por y para hombres. Sin embargo, este deseo androcéntrico por poseer y controlar la corporalidad femenina, en las últimas décadas, también se ha extendido a una metrosexualidad mediante códigos homosociales, que han comenzado a incrementar la incorporación del cuerpo masculino como objeto de deseo estético o comercial dentro de un contexto contingente de nuevas nociones de género y poder. De esta manera, como plantea Judith Butler en relación al reglamento del género:

El género es el aparato a través del cual tiene lugar la producción y la normalización lo masculino y lo femenino junto con las formas intersticiales hormonales, cromosómicas, psíquicas y performativas que el género asume. Asumir que el género implica única y exclusivamente la matriz de los masculino y lo femenino es precisamente no comprender que la producción de la coherencia binaria es contingente, que tiene un coste, y que aquellas permutaciones del género que no cuadran con el binario forman parte del género como su ejemplo más normativo. Fusionar la definición de género con su expresión normativa es reconsolidar, sin advertirlo, el poder que tiene la norma para delimitar la definición del género. El género es el mecanismo a través del cual se producen y se naturalizan las nociones de lo masculino y lo femenino, pero el género bien podría ser el aparato a través del cual dichos términos se desconstruyen y desnaturalizan. De hecho, puede ser que el mismo aparato que trata de instaurar la forma funcione también para socavar esa misma instauración, que ésta sea, por así decirlo, incompleta por definición (Judith Butler, 1998:70).

De la misma manera, **la foto de moda**, igualmente es en la actualidad, con gran frecuencia y popularidad en el campo de la publicidad y el mundo de la moda, una **representación gráfica hecha** sobre y para mujeres pero principalmente **por hombres**. ¿Y qué pasa **en** el campo de **la cultura popular**? **Más o menos lo mismo**: los fotógrafos de la cultura popular son, con distinguidas excepciones, actores sexuados hegemónicos, léase, antropólogos hombres blancos urbanos universitarios caucásicos de clase alta con acceso

a capitales económicos, culturales y simbólicos que contrastan con la condición del otro fotografiado. Ahora, debemos profundizar en la interacción, intertextualidad y interpelación entre los dos tipos de fotografía caracterizadas: la de moda y de la cultura popular.

En Venezuela, desde la colonia las representaciones del ser indígena se basaron en una estética neoclásica que hacía más legible y consumible el imaginario americano por parte de la cultura invasora europea. Más tarde, con el Guzmanato en la segunda mitad del siglo XIX, el afrancesamiento de los códigos civiles y estéticos formaron una ciudadanía venezolana que, mientras comenzaba a exaltar los valores de la belleza femenina venezolana, intentaba conformar un sentido de identidad nacional centrado en la ideología del mestizaje. Una identidad que asumía que la venezolanidad concentraba la sangre/biología y los valores/cultura positivos (civilizados, puros, fuertes) y negativos (vándalos, flojos, brutos) de los contingentes europeos, indígenas y africanos que nos unificaban bajo una ideología que sólo convenía como mecanismo de control a la nueva burguesía criolla nacional. Con el tiempo, estas categorías se fueron desarrollando paralelamente, pero interactuando permanentemente a través de la fotografía de situaciones cotidianas y eventos, como *La fiesta de la tradición, en 1947*; *El retablo de maravillas perejimenista, los concursos de Miss Venezuela* durante la IV y V República o *el Desfile Bicentenario* de la V República, como recurso gráfico para evidenciar y reflejar la construcción de una supuesta realidad venezolana (Ocarina Castillo, 1998).

De hecho, para Barthes, la fotografía de moda, cada vez más, presenta significantes junto a sus significados, mientras remitan al mundo –pero no el de la realidad sino en el de lo real lacaniano- el que suele fotografiarse como decorado, fondo, escena: un teatro temático basado en una idea o palabra variada a través de una serie de ejemplos y analogías mediante la asociación de ideas poéticas o lúdicas. Y afirma

En este decorado signifiante parece vivir una mujer: la portadora del vestido. Cada vez más, la revista sustituye la presentación inerte del signifiante por un vestido en acto: el sujeto está dotado de cierta actitud transitiva; proclama como mínimo los signos espectaculares de una cierta transitividad (...). La Moda da un signo a ese significado (...) pero, al mismo tiempo, el significado, el mundo, todo lo que no es el vestido, es exorcizado, despojado de todo naturalismo: lo único plausible es el vestido. (...) El énfasis es una distancia, casi tanto como la denegación; opera esa especie de choque de conciencia que de repente insta en el lector de signos la sensación del misterio que descifra; disuelve el

mito de los significados inocentes en el mismo instante en que lo produce; intenta sustituir con su artificio, es decir (...) no suprime el sentido, lo señala con el dedo (Barthes, 2003: 342-344).

Sin embargo, lo real venezolano también se entrelaza constantemente con los discursos de la moda –a través de la exaltación comercial de la belleza femenina- y los asociados a la cultura popular -mediante la valorización de lo ancestral y típico venezolano- como factores identitarios. De repente, el no fashion popular cayó en la vorágine de la tensión entre tradición y modernidad, generando nuevos mecanismos de articulación y negociación simbólica y política que amalgaman o hibridan la propia ambigüedad cultural de nuestra identidad, incluyendo la moda global y local.

En un abrir y cerrar de ojos, **la fiesta popular se convirtió en pasarela y la pasarela en fiesta popular** y súbita, pero no casualmente, coinciden en la incorporación en sus actuaciones o certámenes del premio al mejor traje, a la mujer más bella, estetización y cosificación del otro popular bajo los códigos y técnicas de lenguaje fotográfico, cosa que también se ha hecho común en el lenguaje gráfico de la propaganda chavista en su política hacia la población indígena y la diversidad étnica nacional. Una hermosa joven indígena de cabellos lacios peinados al descuido, labios bulbosos y ensoñadores ojos almendrados color miel nos invita seductoramente a adentrarnos en el misterioso mundo de sus símbolos pintados sobre la piel, de sus mitos de origen de su primitiva esencia, su ser étnico y cuerpo sexuado. Deseo, primitivismo, nacionalismo y ancestralidad se conjugan en una sola imagen. Ver foto 4.

Tanto del lado del fotógrafo, como del modelo y del observador/consumidor de la fotografía, estas intersecciones de lo fashion con lo popular se han hecho cada vez más comunes y ambiguas, como en situaciones donde fotógrafos que se han especializado han sido influidos tanto por la fotografía de moda como la de cultura popular, como Alexander Apóstol o Nelson Garrido, que han conjugado lúdica o irónicamente, de forma conciente o no, ambos discursos en sus intenciones o técnicas de encuadre, recorte, composición o iluminación. Igual tenemos a los fotógrafos de moda que incorporan lo popular a los comerciales de productos o las marcas de moda incorporadas a tradiciones populares. Así, el fotografiado como sujeto popular se torna en modelo que representa la ancestralidad, mediante sus poses, atuendos, accesorios y objetos asociados, como pasa con los travestidos de las fiestas populares de las Sardinas de Naiguatá o las Zaragozas o los concursos de



Foto 4. Rostro de mujer indígena (fuente electrónica: Frente Nacional para la Liberación Etnoecológica).

traje típico en el Miss Venezuela; mientras que el público consumidor de la imagen va hilvanado sus nociones de ancestralidad, fashionismo, mestizaje, belleza, glamour, fama, elegancia, tradición, típico, reconfigurando así una nueva conjunción de procesos, productos y expectativas culturalmente significativas.

Si a través del análisis semiológico y antropológico con perspectiva de género somos capaces de interpretar las tensiones fotográficas y de género entre cultura popular e industria de la moda en Venezuela, podremos reconocer la compleja y contradictoria dinámica del reglamento del género descrito por Butler e interpretar la continuidad de la subordinación de la mujer bajo la noción del «bello sexo» sugerida por Lipovetsky:

Las imágenes lo muestran, los comportamientos lo prueban, las expectativas lo confirman: la belleza no tiene el mismo valor en el hombre que en la mujer. Tanto los anuncios publicitarios como las portadas de las revistas, el lenguaje como las canciones, la moda como las modelos, la

Referencias bibliográficas

- Ballerino, Collen, Richard Wilk y Beverly Stoeltje (eds.) (1996). *Beauty Queens in a Global Stage. Gender, Contests and Power*. Nueva York, Routledge.
- Barthes, Roland (1986) *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona, Paidós.
- Barthes, Roland (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona, Paidós.
- Bataille, Georges (2003). *Historia del ojo*. Barcelona, Tusquets.
- Bataille, Georges (2003). *El erotismo*. Barcelona, Tusquets.
- Baudrillard, Jean (1996). *El crimen perfecto*. Barcelona, Anagrama.
- Baudrillard, Jean (1998): *The Consumer Society. Myths & Structures*, Londres, Sage.
- Baudrillard, Jean (2000). *Pantalla total*. Barcelona, Anagrama.
- Bordo, Susan (1993). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley, University of California Press.
- Bordo, Susan (1997). *Twilight Zones: The Hidden Life of Cultural Images from Plato to O.J.* Berkeley, University of California Press.
- Bordo, Susan (1999). *The Male Body: A Look at Men in Public and in Private*. Nueva York, Farrar, Straus and Giroux.
- Bourdieu, Pierre (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.
- Butler, Judith (2001). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. México, Paidós.
- Butler, Judith (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*. México, Paidós.
- Butler, Judith (2006). *Deshacer el género*. México, Paidós.
- Castillo, Ocarina (comp.) (1998). *La fiesta de la tradición 1948*. Caracas, FUNDEF.
- Douglas, Mary y Baron Isherwood (eds.) (1979). *The World of Goods. Towards An Anthropology of Consumption*. Londres y Nueva York, Routledge.

- Featherstone, Mike (1991). *Consumer Culture & Postmodernism*. Londres, Sage.
- Frente de Liberación Etnoecológica (s/f). Esteban Emilio Mosonyi, «Población indígena» en: <http://etnoecomerida.wordpress.com/cultura/poblacion-indigena/> (consultada el 10/06/2012)
- Hernández, Tulio (2000). «Un país 90 60 90» en *90 60 90*. Caracas, Museo Jacobo Borges. pp.129-137.
- Hug, Alfons (2000). «90 60 90» en *90 60 90*. Caracas, Museo Jacobo Borges. pp. 11-15.
- La Patilla (2012). «La doñita de Harina P.A.N. como nunca antes antes la habías visto» por Alberto La Patilla el 24/03/2011 en: <http://www.lapatilla.com/ite> (consultada el 10/06/2012)
- Las crónicas de Alix-ann (2011). «Los atuendos de las reinas... pero de belleza» por Alixann el 09/09/2011 en: <http://alixann.wordpress.com/2011/09/09/los-atuendos-de-las-reinas-pero-de-belleza/> (revisado el 10/06/2012).
- Lancaster, Roger (1998). «La actuación de Guto. Notas sobre el travestismo en la vida cotidiana» en Daniel Balderston y Donna Guy (comp.). *Sexo y Sexualidades en América Latina*. Buenos Aires, Paidós, 29-68.
- Lipovetsky, Gilles (1999). *La tercera mujer*. Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2003). *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2004). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, Gilles (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona, Anagrama.
- Martín Casares, Aurelia (2006). *Antropología del género. Culturas, mitos y estereotipos sexuales*, Madrid, Cátedra.
- Melhuus, Marit y Kristi Anne Stolen (eds.) (1996). *Machos, Mistresses, Madonnas: Contesting the Power of Latin American Gender Imagery*. Londres, Verso.
- Miller, Daniel (1995): «Consumption Studies as the Transformation of Anthropology» en Miller, Daniel (ed.), *Acknowledging Consumption. A Review of Nueva Studies*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 264-295.

- Miller, Daniel (ed.) (1998): *Material Cultures. Why Some Things Matter*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Morin, Edgar (1966). *Las estrellas del cine*. Buenos Aires, Eudeba.
- Morin, Edgar (2001). *El cine y el hombre imaginario*. Buenos Aires, Paidós.
- Morley, David (1995): «Theories of Consumption in Media Studies» en Miller, Daniel (ed.), *Acknowledging Consumption. A Review of Nueva Studies*, Londres y Nueva York, Routledge, 296-328.
- Mort, Frank (1996). *Cultures of Consumption. Masculinities and Social Space in Late Twentieth-Century Britain*. Londres y Nueva York, Routledge.
- Navarrete, Rodrigo (2006). «El Estilo de Colina: representaciones homosociales en la Venezuela reciente» en Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales 3-2006, 195-209.
- Navarrete, Rodrigo (2009). «En una noche tan linda como ésta: misses y misters en la economía política y simbólica de la Venezuela actual» en Carlos Colina (ed.) *Sabanagay. Disidencia y diversidad sexual en la ciudad*. Caracas, Alfa, 183-209.
- Ochoa, Marcia (2006). *Queen for a Day: Transformistas, Misses and Mass Media in Venezuela*. Tesis Doctoral, Cultural and Social Anthropology, Stanford University.
- Sontag, Susan (2006). *Sobre la fotografía*. Buenos Aires, Alfaguara.
- Rubin, Gayle (1998). «El tráfico de mujeres: notas sobre la 'economía política' del sexo» en Marisa Navarro y Catharine Stimpson (comp.) (1998) *¿Qué son los estudios de mujeres?* Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 15-74.